



BAXI
PART OF BDR THERMEA

РУКОВОДСТВО ПО КОРПОРАТИВНОМУ ДИЗАЙНУ

www.baxi.ru



BAHI

В ваших руках — краткое руководство по совместной рекламе. Мы создали его специально для вас, чтобы познакомить с брендом BAHİ, рассказать об основных требованиях к брендированию совместных рекламных кампаний, помочь сориентироваться в условиях сотрудничества и сделать наш с вами бизнес еще более продуктивным, успешным и прибыльным!



150 лет исполнилось бренду в 2017 году

1,8 млрд евро — оборот компании за 2016 год

20 европейских заводов

15 лет в РОССИИ

75 сотрудников в РОССИИ

1 000 000-й котел продан осенью 2016 года на территории РФ

Введение

Международный холдинг BDR Thermea входит в тройку лидеров на европейском отопительном рынке: холдинг включает более 20 европейских заводов. Оборот по результатам прошлого года составил 1,8 миллиардов евро.

BAXI в России

В России холдинг BDR Thermea представлен компанией ООО «БДР Термия Рус», которая поставляет оборудование BAXI, являющееся для BDR Thermea глобальным и занимающим лидирующие позиции во многих странах.

Центральный офис ООО «БДР Термия Рус» находится в Москве. В регионах России вопросами маркетинговой и технической поддержки бренда BAXI занимаются коммерческие и технические специалисты в городах: Белгород, Екатеринбург, Йошкар-Ола, Казань, Краснодар, Нижний Новгород, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург, Самара, Саратов, Ставрополь, Уфа, Ярославль.

Цифры и факты

Осенью 2016 года состоялось знаменательное событие — в Российской Федерации был продан рекордный 1 000 000-й газовый котел BAXI.

Бренд BAXI занимает прочную позицию лидера на рынке отопительной техники в России, предлагая широкий ассортимент котельного оборудования из Италии.

15 лет котлы BAXI поддерживают тепло в домах почти каждой третьей российской семьи.

Экологическая ответственность

В рамках решения проблемы глобального изменения климата компания BAXI уделяет большое внимание развитию технологий производства энергии из возобновляемых источников и создает высокоэффективные солнечные коллекторы, тепловые насосы и резервные котлы на биотопливе.

Приоритетная цель компании BAXI — оставаться на долгие годы флагманом на рынке отопительного оборудования, предлагая партнерам инновационные продукты, качество и сервис.

Из прошлого — в будущее

В 2017 году бренду BAXI исполнилось 150 лет!

BAXI



Обучение

Регулярные семинары и тренинги

Начиная с 2002 года, компания ВАХІ ведет активную просветительскую деятельность по всей России. Учебные классы открыты в пяти городах: Москва, Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург, Краснодар и Нижний Новгород.

Каждый год проводится около 500 семинаров, которые посещает более 10 000 человек.

С 2002 года более 100 000 специалистов посетили семинары ВАХІ.

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ СЕМИНАРОВ

- ▶ регулярное обучение сотрудников сервисных центров и газораспределяющих организаций;
- ▶ поддержание и расширение взаимодействия с существующими инжиниринговыми и монтажными компаниями;
- ▶ продвижение новых продуктов, сервиса и услуг;
- ▶ развитие навыков успешных продаж продукции ВАХІ для сотрудников оптовых и розничных компаний;
- ▶ обмен опытом в области установки, эксплуатации и сервиса оборудования ВАХІ.



150 лет истории

Из прошлого в будущее

История BAXI началась в далеком 1866 году, когда сталелитейщик Ричард Баксендейл (Richard Baxendale) начал свое дело по производству железнодорожных вагонов в Ланкашире (Lancashire, Англия).

ГЕНИАЛЬНАЯ ИДЕЯ!

В 1930-х Джон Баксендейл (John Baxendale), внук основателя компании BAXI, предложил идею напольного камина, конструкция которого позволила регулировать скорость горения, чтобы поддерживать огонь в непрерывном и эффективном режиме, при этом топливо сгорало практически в пыль. Изобретение было введено на рынок в 1935 году и моментально стало хитом продаж, сделав торговую марку BAXI в одночасье очень популярной.

Твердое топливо остается популярным для отопления домов вплоть до 1960-х годов, однако активное использование бурого угля привело к образованию смога. В 1956 и 1968 годах английским парламентом были изданы «Указы о чистом воздухе», на основе которых ежегодно в каждом городе выделялись зоны, где запрещалось пользоваться дымящими устройствами.

ПЕРЕХОД ОТ ТВЕРДОГО ТОПЛИВА К ГАЗУ И НЕФТИ

К концу 1960-х годов интерес к твердому топливу снижается, и компания BAXI приступила к развитию ассортимента газовых котлов. В 1966 году был выпущен знаковый продукт для компании BAXI — котел «Vertuda», сочетавший в себе газовый камин с водогрейным котлом, встроенным в печь.

ЭВОЛЮЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ НА РЫНКЕ ОТОПЛЕНИЯ

Разумеется, эволюция технических решений в области отопления на этом не закончилась, и в 1989 году с большим успехом был запущен инновационный чугунный настенный котел BAXI «Solo», установка которого осуществлялась одним монтаж-

ником, что сделало его очень популярным на рынке отопительной техники.

СИСТЕМА КЛИМАТ-КОНТРОЛЯ

В 2005 году инженеры компании BAXI создали новое поколение котлов высокой эффективности. В 2007 году теплогенератор «Duo-tec Combi» стал лучшим в номинации «Котел 2008 года».

В рамках решения проблемы глобального изменения климата компания BAXI развивает технологии производства энергии из возобновляемых источников, и создает солнечные коллекторы, тепловые насосы и резервные котлы на биотопливе.

В 2011 году BAXI стала победителем в номинации «Самый экологичный производитель года» на престижном конкурсе в Великобритании — «Installer Live Awards». Компания BAXI стала первым производителем в Великобритании, создавшим микро-когенерационную установку BAXI Ecogen.

SMART ТЕХНОЛОГИИ

Компания BAXI совместно с компанией Nest вывела на рынок новый термостат, обладающий технической возможностью «обучения», — это ряд функций, способствующих формированию индивидуальных показателей прибора для отопительного оборудования.

ИЗ ПРОШЛОГО В БУДУЩЕЕ

Эффективное децентрализованное отопление с параллельным производством электроэнергии и минимальным выбросом CO₂ является приоритетным направлением развития компании. Цель компании BAXI — быть и оставаться флагманом на рынке отопительного оборудования, предлагая партнерам инновационные продукты, качество и сервис.



Совместная реклама

Совместная реклама — это мощный инструмент по повышению узнаваемости бренда и привлечению новых клиентов. Партнерство в рекламных проектах открывает новые горизонты и возможности для популяризации бренда и дает уникальные преимущества в продвижении продукта. Следуя простым инструкциям, изложенным в руководстве, вы сможете максимально эффективно построить вашу рекламную кампанию.

Преимущества совместного брендинга в рекламе

1. ПАРТНЕРСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Компания ООО «БДР Термия Рус» всегда принимает активное участие в совместных рекламных проектах. При необходимости, мы готовы оказать всестороннюю поддержку на всех этапах проекта — от создания концепции, до частичной компенсации общей стоимости рекламной кампании.

2. ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫХОДА НА НОВЫЕ РЫНКИ И ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Совместные рекламные проекты позволяют не только сэкономить бюджет, но и создавать качественные проекты, нацеленные на особенности аудитории в разных регионах. Такая реклама будет наиболее таргетированной и, соответственно, максимально результативной!

3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

Сотрудничество в рекламных проектах открывает для всех участников огромные возможности по использованию самых продуктивных рекламных инструментов для каждого из регионов. Такое сотрудничество позволяет применять индивидуальный подход к каждому из клиентов и обеспечивать эффективную рекламу на взаимовыгодных условиях.

4. СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА

В рамках проекта совместной рекламы предусмотрены такие инструменты стимулирования сбыта, как акции, программы лояльности, конкурсы и т.п. Сотрудничество в общих рекламных проектах обеспечит индивидуальный подход к каждой кампании и обеспечит заинтересованность нужной аудитории.

5. АКТИВНЫЙ ОТКЛИК ОТ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Еще одно немаловажное преимущество программы в том, что вместе мы сможем собрать наиболее достоверную информацию о потребителях из любого уголка страны. Это позволит разрабатывать проекты с индивидуальным подходом, существенно сокращая затраты ресурсов.

6. ПОВЫШЕНИЕ СТЕПЕНИ ИЗВЕСТНОСТИ БРЕНДОВ

Выбирая единую парадигму развития, единую систему ценностей бренда и планомерно продвигая их на рынок, вместе с вами мы сделаем бренд ВАХИ максимально узнаваемым и сформируем нужный образ продукта у потребителей. Мы предлагаем нашим партнерам не просто участие в совместных рекламных проектах на условиях поддержки и софинансирования, мы предлагаем стать частью огромной команды по формированию узнаваемого образа бренда.

7. УЧАСТИЕ В СОВМЕСТНЫХ PR-АКЦИЯХ И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ

В рамках партнерства мы предлагаем вам участие в совместных PR-акциях и различных социальных проектах. Вы всегда можете рассчитывать на нашу поддержку и активное участие в благотворительных проектах, спортивных соревнованиях и других мероприятиях, связанных с PR или социальной ответственностью.

**МЫ ЦЕНИМ НАШИХ ПАРТНЕРОВ
И ВСЕГДА ГОТОВЫ
К ПЛОДОТВОРНОМУ СОТРУДНИЧЕСТВУ!**



Основные принципы использования бренда ВАХІ в коммуникациях

В этом разделе изложены основные требования по использованию логотипа, фирменных цветов и шрифтов ВАХІ.

Мы рекомендуем внимательно ознакомиться с данным разделом, чтобы избежать возможных ошибок при производстве рекламы.

Логотип BAXI

Наш логотип является одним из основных графических элементов, который делает бренд BAXI уникальным. Логотип всегда должен быть фирменного синего цвета (BAXI Blue) с правильными пропорциями.

В случае, если фирменный синий цвет не может быть использован, следует заменить его на белый, не нарушая пропорций логотипа.

Если используется нецветной логотип, можно использовать только черный и белый цвета. Серый цвет или его оттенки недопустимы.

Синий

Hex #005B99
CMYK 100c, 54m, 4y, 19k
RGB 0, 91, 153
Pantone 288 (spot)

Черный

Hex #000000
CMYK 0c, 0m, 0y, 100k
RGB 0, 0, 0
Pantone Process Black

Белый

Hex #FFFFFF
CMYK 0c, 0m, 0y, 0k
RGB 255, 255, 255

Создание общей графической единицы

«В» — это общая графическая единица. Она используется при создании свободной области вокруг логотипа.

Общая графическая единица «В» создается путем пропорционального уменьшения буквы «В» в логотипе BAXI на 50%.



Свободная область логотипа BAXI

Область, созданная вокруг логотипа, всегда должна оставаться свободной. Другие графические элементы не должны заходить за границы свободной области.



Допустимые вариации

Минимальная ширина логотипа

Наш логотип отлично выглядит в любых размерах, поэтому ограничений по размеру не предусмотрено.

Однако при производстве рекламных материалов (например: рекламной графики, плакатов и листовок) следует помнить, что ширина размещенного логотипа должна быть не менее 25 мм.



НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ использовать эффект Heatwave



Эффект Heatwave не используется с 2014 г. **X**

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ растягивать логотип



X

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ уменьшать логотип менее 25 мм в ширину



X

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ увеличенное пространство внутри логотипа



X

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ использование любых цветов кроме фирменных



X

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ обрезать логотип

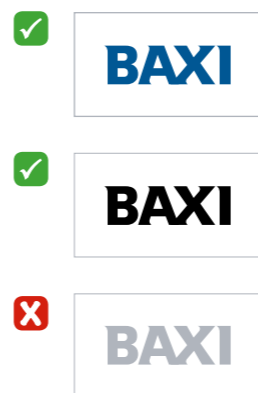


X

Использование логотипа BAXI на различных фонах

Логотип BAXI всегда должен быть виден на любом фоне. Логотип можно размещать на цветном фоне и изображении, но необходимо соблюдать контрастность, соразмерность и свободную область логотипа.

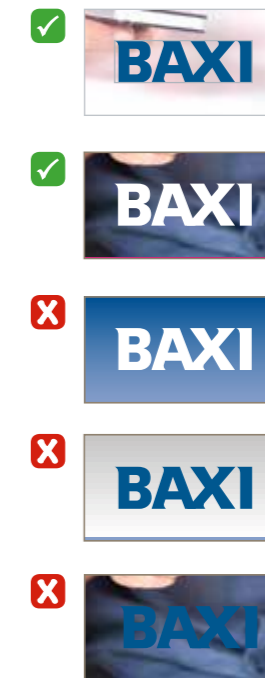
Использование логотипа на белом фоне



Использование логотипа на цветном фоне



Использование логотипа на изображениях



Цвета BAXI

BAXI Blue является основным цветом бренда, но существует и дополнительная палитра цветов. Это основные цвета бренда, и они могут использоваться, как преобладающая тема в рамках рекламной кампании.

<p>BAXI Blue</p> <p>Pantone 288 HEX 005B99</p> <p>R - 0 G - 91 B - 153</p> <p>C - 100 M - 54 Y - 4 K - 19</p>	<p>Cool Water</p> <p>Pantone 2995 HEX 00A5DB</p> <p>R - 0 G - 165 B - 219</p> <p>C - 83 M - 1 Y - 0 K - 0</p>	<p>Fresh Cut Grass</p> <p>Pantone 360 HEX 60C659</p> <p>R - 96 G - 198 B - 89</p> <p>C - 64 M - 0 Y - 80 K - 0</p>	<p>Warm Red</p> <p>Pantone 485 HEX D81E05</p> <p>R - 216 G - 30 B - 5</p> <p>C - 0 M - 96 Y - 100 K - 10</p>
<p>Harvest Orange</p> <p>Pantone 716 HEX F28411</p> <p>R - 242 G - 132 B - 17</p> <p>C - 0 M - 63 Y - 99 K - 0</p>	<p>Sunshine Yellow</p> <p>Pantone 1225 HEX FFCC49</p> <p>R - 255 G - 204 B - 73</p> <p>C - 0 M - 20 Y - 80 K - 0</p>	<p>Soft Shadow</p> <p>Pantone 429 HEX ADAFAA</p> <p>R - 173 G - 175 B - 170</p> <p>C - 21 M - 11 Y - 9 K - 23</p>	

Шрифты BAXI

В качестве фирменного шрифта мы всегда используем шрифт Neo Sans.

Он максимально отвечает требованиям корпоративного шрифта: современность, читабельность, четкость контура. Шрифт играет важную роль в выражении единообразия и ценностей бренда. Важно помнить, что шрифт должен быть применен без деформаций.

Семейство шрифтов Neo Sans

Neo Sans - Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 ?!@€£#\$%&*•():'”

Neo Sans - Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 ?!@€£#\$%&*•():'”

Neo Sans - Medium
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 ?!@€£#\$%&*•():'”

Neo Sans - Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 ?!@€£#\$%&*•():'”

Neo Sans - Black
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 ?!@€£#\$%&*•():'”

Исключения

Все тексты для внешней рекламы и коммуникаций должны быть написаны шрифтом Neo Sans.

Однако есть исключения:

- ▶ Интернет (т.е. текст HTML)
- ▶ Стандартные приложения Microsoft (например, Microsoft Word, PowerPoint)

В этих случаях можно использовать шрифт Trebuchet

Trebuchet typeface family

Trebuchet - Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 ?!@€£#\$%&*•():'”

Trebuchet - Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 ?!@€£#\$%&*•():'”



Бренд-зона

Бренд-зона в помещении торгового зала — это первое впечатление о бренде. Соблюдение правил оформления бренд-зоны поможет создать у потребителя устойчивый образ бренда и выделить его среди конкурентов.

Оформление бренд-зоны

Прежде чем размещать продукцию BAXI в торговом зале, следует выделить достаточную площадь для брендирования зоны.

При брендировании помещения рекомендуется использовать фирменные цвета плашек, на которых будут размещены образцы продукции. Плашки должны быть расположены на белом фоне на одинаковом расстоянии и иметь одинаковый размер. На каждой плашке следует разместить логотип, в соответствии с требованиями брендбука, и название оборудования, выполненное фирменным шрифтом.

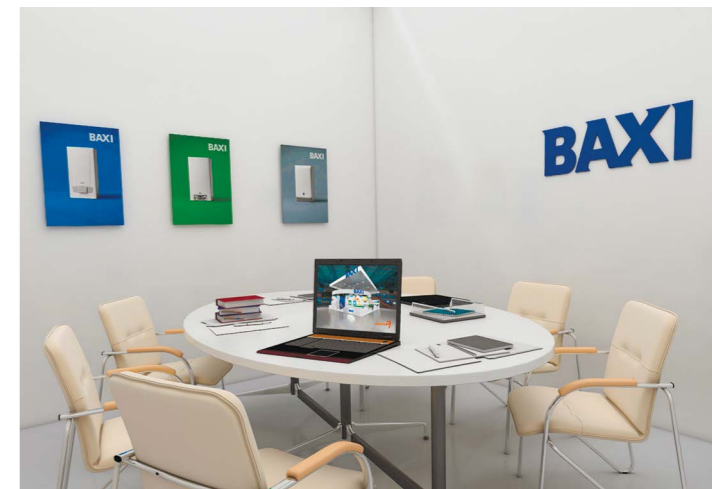
Над продукцией, в левом верхнем углу, находится логотип, в правом — слоган, оформленный прописными буквами и фирменным шрифтом: «СОВЕРШЕНСТВО ОТОПЛЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО КОМФОРТА».



Также приветствуется добавление изображений людей, детей и домашних питомцев, для создания образа семейного тепла и домашнего уюта.

Не следует пренебрегать раздаточными материалами и рекламными конструкциями: роллапы, мобильные стенды и т.п.

Помните, что основная задача бренд-зоны — это создание правильного и привлекательного образа продукта у потребителя.





Выставки

Выставка — это возможность для компании представить потребителю уровень и объем достижений в области технологий и инноваций. Наши рекомендации помогут в создании профессионального дизайна, чтобы максимально отразить уникальность и технологичность продукта BAXI.

Выставочный стенд

Выставочный стенд следует оформлять с использованием всех фирменных атрибутов BAXI: фирменные цвета, фирменные шрифты. Концепция стенда должна отражать основную цель компании — лидерство в области технологий и инноваций на рынке отопительного оборудования.

Логотип на всех поверхностях должен быть размещен в строгом соответствии требованиям брендбука.

На стендах обязательно должны быть размещены раздаточные материалы (листовки, брошюры, буклеты, каталоги), оформленные в фирменном стиле.





Билборды

Билборд несет в себе функцию информирования участников движения и закрепления в их памяти рекламных сведений о видах предоставляемых услуг и выпускаемой продукции.

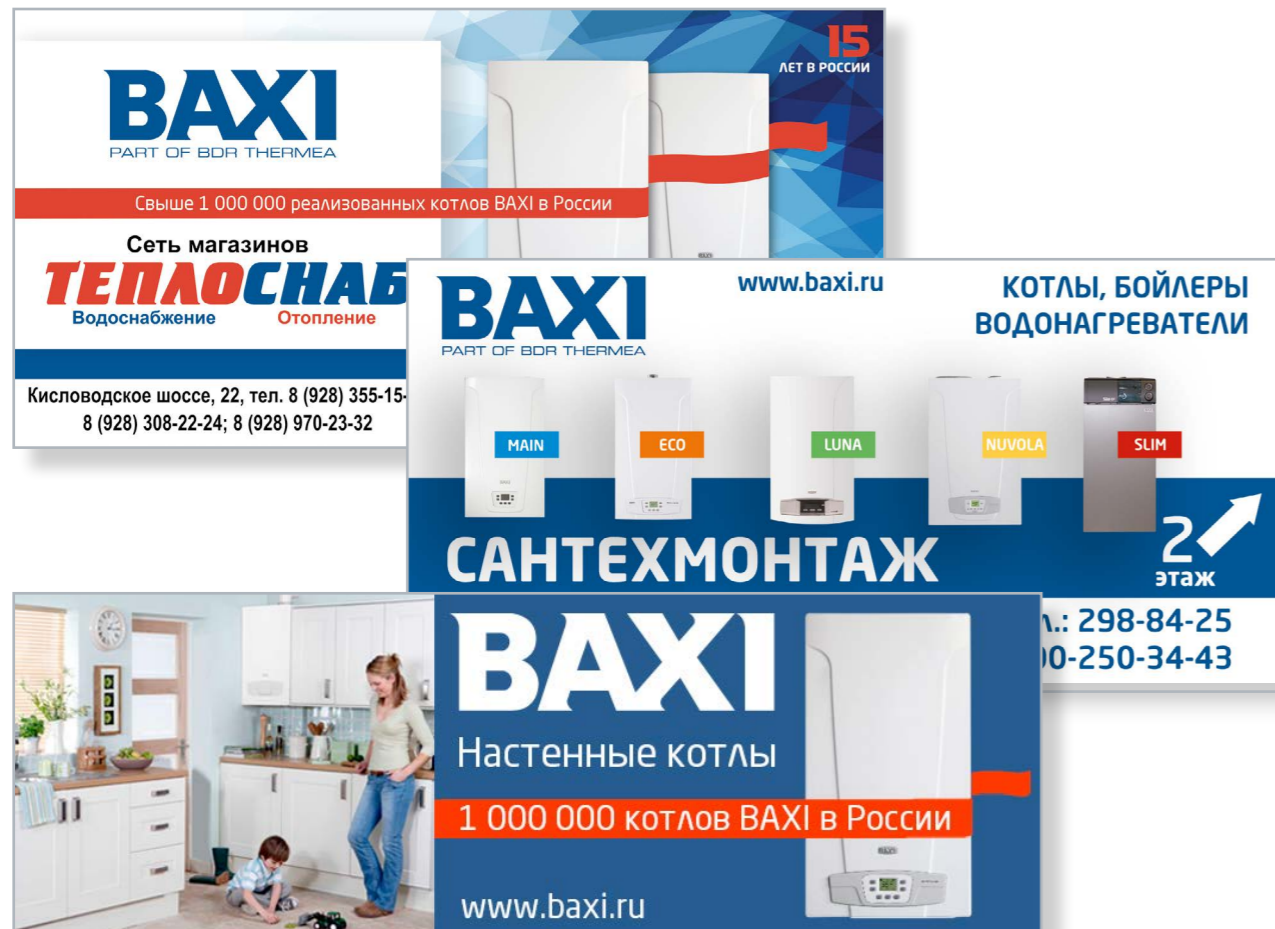
Билборды устанавливаются вдоль дорог и улиц, на трассах и магистралях с большим транспортным потоком, разделительных полосах, на крышах, торцах и фасадах зданий. Размещение наружной рекламы в местах максимальной проходимости людей и транспорта является наиболее эффективным в рекламной кампании, поскольку ежедневно билборды попадают в поле зрения представителям широкой аудитории.

Билборды

При создании макета следует пользоваться фирменными цветами. Основная информация должна быть написана фирменным шрифтом. На готовом макете, помимо названия и контактов дилера, обязательно должен быть размещен логотип BAXI и адрес официального сайта.

В 2017 году мы акцентируем внимание на важных для компании цифрах:

- ▶ **1 000 000** проданных в России котлов (это отражается на красной ленте)
- ▶ **15 лет** присутствия на российском рынке (логотип «15 лет в России»)



Издательский Центр
АКВА-ТЕРМ

СОК

АВТИЛЯЦИЯ
ОТОПЛЕНИЕ
КОНДИЦИОНИРОВАНИЕ

**KNOW-
HOUSE**

ПОТРЕБИТЕЛЬ

TopClimat.ru
ВЫБИРАЮТ ЗДЕСЬ

Промышленные
страницы Сибири



Компания «БДР Термия Рус» предлагает готовые рекламные решения для размещения в специализированных журналах, строительных изданиях и рекламно-информационных печатных материалах. Также у нас есть наработки для теле-, радио- и интернет-рекламы.

Социальная ответственность — одно из преимущественных стремлений компании, поэтому мы всегда с огромным удовольствием участвуем в социальных проектах: мы готовы выступать спонсорами проектов и участвовать в благотворительности.

СМИ и социальные проекты

Off-line и On-line СМИ

ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ

К преимуществам размещения рекламы в специализированных журналах относятся: возможность охвата целевой аудитории и ее восприимчивость, продолжительный жизненный цикл, формат, высокое качество изображений и широкие возможности продвижения товаров.

Компания ООО «БДР Термия Рус» предлагает готовые рекламные модули для размещения в специализированных журналах, строительных изданиях и рекламно-информационных печатных материалах.

РАДИО

Радио — достаточно гибкий рекламный носитель. Оно более оперативно, чем периодические издания. Эфирное время на нем дешевле, чем на телевидении. Радио может охватить тот сегмент целевой аудитории, на который не воздействуют телевидение и пресса.

Рекламодатели ценят радио за возможность точного попадания в целевую группу потребителей товара или услуги, которые они рекламируют. Радиоролики могут содержать информацию о проведении долгосрочных либо краткосрочных акциях по стимулированию продаж, маркетинговых мероприятиях, специальных сезонных условиях.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И ВИДЕОРОЛИКИ

Телевидение предоставляет уникальные возможности для рекламодателя, в первую очередь потому, что оно обладает наибольшим охватом аудитории. Вторая причина — сочетание аудио- и видеоряда, которое обеспечивает максимально возможное усвоение информации. Эффективный инструмент формирует образ бренда и дает лучшее представление о продукте, делает его «ближе» к потенциальному покупателю.

ИНТЕРНЕТ

Динамичное развитие современных интернет-технологий привело к появлению качественно новых инструментов в области digital marketing: продвижение бренда и продукции в поисковых системах и социальных сетях, размещение рекламных информационных и новостных модулей на специализированных и строительных площадках.

Главные достоинства интернет-рекламы — это максимально эффективная отдача и возможность проанализировать, кто смотрел рекламу, в какое время и с какого ресурса. Разнообразие форматов объявлений позволяет создавать уникальную рекламу, которую можно при необходимости оперативно отредактировать.

Социальные проекты



СПОНСОРСТВО

Компания с большим энтузиазмом относится к спонсированию различных спортивных и социальных мероприятий.

Мы регулярно принимаем участие в чемпионате по футболу «Кубок Климата», в марафонах и других спортивных состязаниях.

В 2017 году мы стали организаторами региональных чемпионатов по греко-римской борьбе и тхэквондо.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Благотворительность становится важным аспектом в рамках нашей деятельности, отражая готовность «БДР Термия Рус» брать на себя социальную ответственность.

Так, компанией ООО «БДР Термия Рус» была оказана благотворительная помощь негосударственному приюту села Елюнино Ивановской области под патронажем «Мужского монастыря Живоворящего Креста Господня».

Были выделены средства для благоустройства школьного здания и кабинетов приюта.





Сувенирная продукция

Подарки клиентам и партнерам — это приятный способ заявить о себе. Корпоративная символика в сочетании с практической пользой подарочных изделий вызывают интерес и привлекают внимание потенциальных покупателей, что, в свою очередь, способствует повышению лояльности клиентов и укреплению партнерских связей.

Сувенирная продукция

Брендировать можно любую сувенирную продукцию: зонтики, кружки, сумки, ручки, блокноты и т.п. Главное, чем следует руководствоваться при брендировании, насколько полезным продукт будет в повседневной жизни, и сможет ли клиент пользоваться сувениром.

При брендировании сувениров рекомендуется соблюдать те же правила: цветность и размерность логотипа, фирменные шрифты и цвета.

Кружки



Зажигалки



Складные ножи



Ручки



Флешки



Брелоки



Пакеты



Блокноты



Шевроны



Кепки и шапки



Галстуки и шейные платки



Футболки



Рюкзаки



Зонты



Чемодан



Форма монтажника





Брендинг транспорта

Брендинг транспорта — один из самых удобных инструментов рекламы. Этот вид рекламы отличается своей мобильностью, а значит, охватывает значительно большее количество потенциальных клиентов, чем любой из стационарных объектов.

Транспорт

Брендируя транспорт, следует соблюдать требования брендбука: фирменные цвета, шрифты, правила размещения логотипа.

На автомобилях с малой площадью размещения рекламы достаточно разместить логотип бренда, адрес официального сайта и слоган прописными буквами и фирменным шрифтом: «СОВЕРШЕНСТВО ОТОПЛЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО КОМФОРТА».

На грузовых автомобилях и общественном транспорте можно размещать изображения, название и контакты дилера. Обязательными к размещению остаются логотип BAXI и адрес официального сайта.



ООО «БДР Термия Рус»

129164, Россия, г. Москва
Зубарев переулок, 15/1
БЦ «Чайка Плаза», офис 309

Тел.: 8 (495) 733-95-82
Коммерч. отдел: 8 (495) 733-95-83
Тех. отдел: 8 (800) 555-17-18
8 (495) 733-95-84

baxi@baxi.ru



www.baxi.ru